

Versi Online:
<https://journal.ubm.ac.id/index.php/alu>
 DOI: <http://dx.doi.org/10.30813/j-alu.v2i2.1846>

Jurnal Algoritma, Logika dan Komputasi
 Vol.II (No. 2) : 170 - 175. Th. 2019
 p-ISSN: 2620-620X
 e-ISSN: 2621-9840

EVALUASI KUALITAS DAN PENGARUH WEBSITE GALERI MEDIKA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0

Quality Evaluation and Effect of Medika Gallery Websites on Customer Satisfaction Using the Webqual 4.0 Method

Rini Sulistyowati, s_rinies@yahoo.com¹⁾, Dina Meisiana, mesianadina@gmail.com²⁾
¹⁾²⁾ Sistem Informasi, STMIK-Indonesia, Jakarta

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of the quality of Galeri Medika's website based on WebQual 4.0 method which consists of three variables, namely usability quality, information quality and service interaction on user satisfaction. Data was collected through a questionnaire statement containing 26 statements to 60 respondents who were users of the Galeri Medika website. The data obtained is then processed using multiple linear regression analysis techniques. Based on data processing, it can be seen that the user's perception of the dimensions of user convenience, information quality, and service interactions are included in both categories. While based on the influence of these three variables, there are two variables that have a positive and significant effect on customer satisfaction, namely the dimensions of user convenience and the dimension of information quality. While the service interaction variable does not significantly influence customer satisfaction. Based on the results of the study, what should be focused is to improve the quality of service interactions

Keywords: *webqual 4.0, respondent, variable*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas website Galeri Medika berdasarkan metoder WebQual 4.0 yang terdiri dari tiga variabel yaitu kualitas kegunaan, kualitas informasi dan layanan interaksi terhadap kepuasan pengguna. Data dikumpulkan melalui pernyataan kuesioner yang berisi 26 butir pernyataan kepada 60 responden yang merupakan pengguna website Galeri Medika. Data yang diperoleh kemudian diolah dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Berdasarkan pengolahan data dapat diketahui bahwa persepsi pengguna dimensi kemudahan pengguna, kualitas informasi, dan layanan interaksi termasuk dalam kategori baik. Sedangkan berdasarkan pengaruh ketiga variabel tersebut terdapat dua variabel yang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan yaitu dimensi kemudahan pengguna dan dimensi kualitas informasi. Sedangkan variabel layanan interaksi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian maka yang harus difokuskan adalah untuk meningkatkan kualitas dalam layanan interaksi

Kata Kunci: *webqual 4.0, responden, variabel*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi khususnya dibidang internet semakin berkembang pesat. Internet (Interconnection Networking) adalah seluruh jaringan komunikasi yang menggunakan media elektronik yang saling terhubung

menggunakan standar sistem global transmission control protocol / internet protocol suite (TCP / IP) sebagai protokol pertukaran paket (packing switching communication protocol) untuk melayani jutaan pengguna diseluruh dunia. Pertumbuhan internet ini turut

memperengaruhi pertumbuhan perusahaan E-commerce di Indonesia.

Galeri Medika merupakan salah satu bisnis E-Commerce yang menjual alat-alat kesehatan melalui situs web. Website atau World Wide Web (WWW) adalah salah satu media penting dimana pengguna dapat menemukan semua jenis informasi yang berkaitan dengan bidang mereka sendiri. Website merupakan salah satu bentuk media massa yang dipublikasi melalui jaringan internet yang dapat diakses dimanapun dan kapanpun (Monalisa, 2016). Maka dari itu kelebihan website inilah yang kini banyak dikembangkan oleh perusahaan E-Commerce untuk menciptakan situs jual beli yang dapat diakses secara online di mana salah satunya adalah toko Galeri Medika yang menjual alat – alat kesehatan secara online.

Dalam rangka meningkatkan penjualan melalui online, untuk itulah kami ingin mengukur persepsi kemudahan persepsi kemudahan dan mengukur pengaruh kepuasan pelanggan dalam mengakses website galeri medika. Untuk mengukur kualitas layanan web tersebut maka dibutuhkan suatu metode yaitu webqual. WebQual adalah proses terstruktur dan disiplin yang menyediakan sarana untuk mengidentifikasi dan membawa suara pelanggan melalui setiap tahap pengembangan produk dan atau jasa dan pelaksanaannya.

KAJIAN LITERATUR

WebQual merupakan salah satu metode pengukuran kualitas website yang dikembangkan oleh Stuart Barnes dan Richard Vidgen (1998) berdasarkan persepsi pengguna akhir (end-user). Menurut Slabey (1990) dalam Barnes & Vidgen (2003), WebQual adalah “...structured and disciplined process that provide a means to identify and carry the voice of the customer through each stage of product and or service development and implementation” yang artinya WebQual adalah proses terstruktur dan disiplin yang menyediakan sarana untuk mengidentifikasi dan membawa suara pelanggan melalui

setiap tahap pengembangan produk dan atau jasa dan pelaksanaannya. WebQual sudah mulai dikembangkan sejak tahun 1998 dan telah mengalami beberapa interaksi dalam penyusunan dimensi dan butir pertanyaannya dengan metodologi Quality Function Deployment (QFD) yang merupakan sebuah sarana untuk mengidentifikasi dan membawa suara pelanggan melalui setiap tahap pengembangan produk dan juga jasa.

WebQual 1.0 merupakan versi pertama dari instrumen WebQual yang dikembangkan dalam domain website sekolah bisnis di UK (United Kingdom) dengan diselenggarakannya sebuah lokakarya dengan melibatkan enam siswa Master sebagai delegasinya. Hal yang dibahas pada diskusi tersebut adalah: “Apa saja kualitas website dari sekolah bisnis yang sangat baik?”. Setelah melalui proses analisis tersisa 23 pertanyaan yang lalu kemudian dikelompokkan kedalam empat dimensi utama yaitu kemudahan penggunaan (ease of use), pengalaman experience), informasi (information), komunikasi (communication) dan integrasi (integration).

WebQual 2.0 diterapkan pada website B2C (Business to Consumer) yang menunjukkan dengan jelas bahwa perspektif interaksi kualitas dari suatu website tidak terwakili dengan baik pada WebQual 1.0. Pada WebQual 2.0 ini ditambahkan aspek kualitas interaksi dengan mengadaptasi hasil kerja dari SERVQUAL dan diaplikasikan pada domain toko buku online.

WebQual 3.0 ini indikator-indikator kualitas dikategorikan kedalam tiga kategori utama, yaitu: kualitas website, kualitas informasi dan kualitas interaksi. Ketika WebQual 1.0 begitu kuat pada kualitas informasinya namun kurang kuat pada interaksi layanannya. Begitu juga dengan WebQual 2.0 yang menekankan kualitas interaksi namun menghilangkan beberapa kualitas informasi dari WebQual 1.0. Versi baru dari WebQual 3.0 ini diujicobakan pada domain lelang online.

WebQual 4.0 merupakan hasil analisis pada WebQual 3.0 yang membawa pada

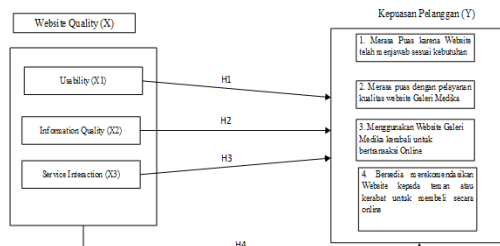
identifikasi tiga dimensi dari kualitas website e-commerce, yaitu: kegunaan (usability), kualitas informasi (information quality) dan kualitas layanan interaksi (service interaction quality). Dalam WebQual 4.0 ini, kegunaan berkaitan dengan desain website misalnya penampilan, kemudahan penggunaan, navigasi dan juga tampilan yang disampaikan dalam website tersebut. Kegunaan fokus pada pandangan bagaimana pengguna melihat dan berinteraksi dengan website: apakah mudah bernavigasi? Apakah desain sesuai dengan jenis website? Lalu kualitas informasi merupakan kualitas dari isi website, yaitu kesesuaian informasi untuk penggunaannya seperti format, tingkat akurasi dan juga relevansi. Terakhir ada kualitas layanan interaksi yang merupakan hal yang dialami oleh pengguna website, diwujudkan dalam bentuk kepercayaan dan empati misalnya mengenai transaksi dan keamanan informasi, pengiriman produk, personalisasi dan komunikasi dengan pemilik atau pengelola website.

kategori	No	Deskripsi Indikator
Usability	1	website mudah dipelajari dan dioperasikan
	2	Interaksi dengan website jelas dan dapat dimengerti
	3	Navigasi pada website mudah ditemukan
Dimensi kemudahan pengguna	4	Situs website mudah digunakan
	5	website memiliki tampilan yang menarik
	6	Desain website sesuai dengan jenis situs
	7	Website menyampaikan rasa kompetensi
	8	Website menciptakan pengalaman positif bagi pengguna
Dimensi kualitas informasi	9	Website memberikan informasi yang akurat
	10	Website memberikan informasi yang dapat dipercaya
	11	website menyediakan informasi yang tepat waktu
	12	Website Memberikan informasi yang relevan
	13	Website Menyediakan informasi yang mudah dipahami
	14	Website Memberikan informasi pada tingkat detail yang tepat
	15	Website menyajikan informasi dalam format yang sesuai interaksi layanan
Service Interaction	16	website Memiliki reputasi baik
	17	Website aman untuk menyelesaikan transaksi
	18	Pengguna merasa aman dalam menyampaikan informasi pribadi
	19	Website memberi ruang untuk personalisasi

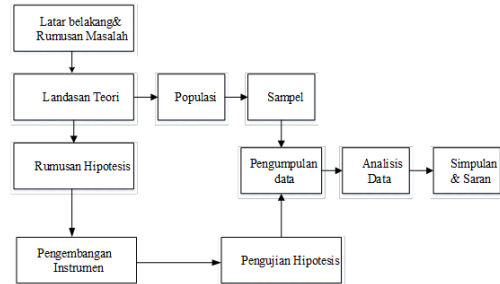
Tabel 1. Instrumen webqual 4.0

METODE PENELITIAN

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka pemikiran dibuat berdasarkan pertanyaan penelitian (research question), dan merepresentasikan suatu himpunan dari beberapa konsep serta hubungan diantara konsep-konsep tersebut. Komponen utama pada kerangka pemikiran adalah Independent Variables (variabel bebas), Dependent Variables (variabel terikat), Levels (indikator dari variabel bebas yang akan diobservasi), Measures (indikator dari variabel terikat yang akan diobservasi). Maksud dari kerangka pemikiran itu sendiri adalah bagaimana alur logika berjalannya variabel dalam penelitian. Dalam penelitian ini, penulis menyusun kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1 Kerangka pemikiran



Sumber: Sugiyono, 2015:82

Gambar 2 Desain Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini bertujuan menguji tingkat kematangan (maturity level) dalam penelitian ini menggunakan lembar pertanyaan kuesioner. Narasumber dalam penelitian ini adalah pelanggan Galeri Medika yang telah berbelanja maupun masuk di situs website galerimedika.com

Tabel 2. Responden

No	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	25 - 32	112	74.7 %
2	33 - 40	30	20 %
3	41- 49	4	2.7%
4	> 50	4	2.7%
Total		150	100%

Tabel 3 Pernyataan tentang Usability

No	Usability / Dimensi Kemudahan Pengguna
Q1	Situs mudah untuk dipelajari dan dioperasikan
Q2	Website menciptakan pengalaman positif bagi pengguna
Q3	Website memiliki kompetensi
Q4	Website mudah untuk digunakan
Q5	Memiliki tampilan website yang menarik
Q6	Mudah untuk menemukan menu-menu didalam website
Q7	Interaksi dengan website jelas dan mudah dimengerti
Q8	Desain website yang cocok dengan jenis website

Tabel 4. Hasil pernyataan usability

Keterangan	STS (%)	TS (%)	N (%)	S (%)	SS (%)	Total (%)
Q1	-	-	39 (26%)	98 (65.3%)	13 (4.7%)	150 (100%)
Q2	-	-	43 (28.7%)	100 (66.7%)	7 (4.7%)	150 (100%)
Q3	-	-	51 (34.0%)	99 (66.0%)	-	150 (100%)
Q4	-	2 (1.3%)	43 (28.7%)	89 (59.3%)	16 (10.7%)	150 (100%)
Q5	-	-	33 (22.0%)	110 (73.3%)	7 (4.7%)	150 (100%)
Q6	-	-	49 (32.7%)	88 (58.7%)	13 (8.7%)	150 (100%)
Q7	-	14 (9.3%)	70 (46.7%)	64 (42.7%)	2 (1.3%)	150 (100%)
Q8	-	-	41 (27.3%)	101 (67.3%)	8 (5.3%)	150 (100%)

Tabel 5 Pernyataan Information Quality

No	Information Quality / Kualitas Informasi
Q9	Website menyediakan informasi dengan detail yang tepat
Q10	Website menyediakan informasi yang mudah dimengerti
Q11	Website menyediakan informasi yang relevan
Q12	Website memberikan informasi yang tepat waktu
Q13	Website menyediakan informasi yang dapat dipercaya
Q14	Website menyediakan informasi yang akurat
Q15	Website menyajikan informasi dalam format yang tepat

Tabel 6 Hasil Pernyataan Information Quality

Keterangan	STS (%)	TS (%)	N (%)	S (%)	SS (%)	Total (%)
Q9	-	-	8 (5.3%)	106 (70.7%)	-	150 (100%)
Q10	-	14 (9.3%)	63 (42%)	73 (48.7%)	-	150 (100%)
Q11	-	3 (2.0%)	43 (33.3%)	100 (60.0%)	4 (2.7%)	150 (100%)
Q12	-	-	50 (33.3%)	92 (61.3%)	8 (5.3%)	150 (100%)
Q13	-	2 (1.3%)	50 (33.3%)	90 (60.0%)	8 (5.3%)	150 (100%)
Q14	-	-	26 (17.3%)	116 (77.3%)	8 (5.3%)	150 (100%)
Q15	-	-	46 (30.7%)	94 (62.7%)	10 (6.7%)	150 (100%)

Tabel 7 Pernyataan interaction

No	Service Interaction / Interaksi Layanan
Q16	Memberikan produk atau layanan sesuai dengan janji
Q17	Menyampaikan rasa bermasyarakat atau bersosial
Q18	Dapat dengan mudah berkomunikasi dengan perusahaan
Q19	Menciptakan rasa personal atau terjaminnya privasi
Q20	Merasa aman dengan data pribadi pengguna
Q21	merasa aman dalam bertransaksi
Q22	Website memiliki reputasi yang baik

Tabel 8 Hasil Pernyataan interaction

Keterangan	STS (%)	TS (%)	N (%)	S (%)	SS (%)	Total (%)
Q16	-	-	48 (32.0%)	98 (65.3%)	4 (2.7%)	150 (100%)
Q17	-	-	2 (1.3%)	118 (78.7%)	30 (20.0%)	150 (100%)

Q18	-	-	48 (32.0%)	98 (65.3%)	4 (2.7%)	150 (100%)
Q19	-	-	44 (29.3%)	104 (69.3%)	2 (1.3%)	150 (100%)
Q20	-	-	42 (28.0%)	104 (69.3%)	4 (2.7%)	150 (100%)
Q21	-	-	55 (36.7%)	91 (60.7%)	4 (2.7%)	150 (100%)
Q22	-	3 (2.0%)	60 (40.0%)	87 (58.0%)	-	150 (100%)

Tabel 9 Pernyataan kepuasan pelanggan

No	User Satisfaction / Kepuasan pelanggan
Q23	Saya merasa puas dengan kualitas pelayanan Galeri Medika
Q24	Saya merasa puas dengan produk yang ditawarkan Galeri Medika
Q25	Saya akan sering menggunakan Galeri Medika ketika berbelanja online
Q26	Saya bersedia merekomendasikan Galeri Medika kepada teman dan kerabat untuk keperluan jual beli online

Tabel 10. Hasil kepuasan pelanggan

Keterangan	STS (%)	TS (%)	N (%)	S (%)	SS (%)	Total (%)
Y1	-	-	55 (36,7%)	95 (63,3%)	-	150 (100%)
Y2	-	-	25 (16,7%)	123 (82%)	2 (1,3%)	150 (100%)
Y3	-	-	91 (60,7%)	59 (39,3%)	-	150 (100%)
Y4	-	-	48 (32,0%)	100 (66,7%)	2 (1,3%)	150 (100%)

Tabel 11 Hasil rata-rata analisa deskriptif

Keterangan	STB (%)	TB (%)	C (%)	B (%)	SB	Kumulatif (%)	Total (%)
Usability			8 (5,3%)	106 (70,7%)	36 (24%)	76%	150 (100%)
Information			2 (1,3%)	118 (78,7%)	30 (20,0%)	80%	150 (100%)
Service Interaction			91 (60,7%)	59 (39,3%)	-	60%	150 (100%)
User satisfaction			6 (4,0%)	128 (85,3%)	16 (10,7%)	89%	150 (100%)

Berdasarkan uji analisis deskriptif hasil analisis pada dimensi kemudahan pengguna diketahui nilai persentase kumulatif sebesar 76%, dengan presentase tersebut, maka sub variabel *usability* masuk dalam kategori “baik”. Namun pada sub variabel dengan butir pernyataan Q4 yaitu “*website* mudah untuk digunakan” terdapat 1,7% yang menjawab tidak setuju dan pada butir pernyataan Q7 yaitu “interaksi dengan *website* jelas dan mudah digunakan” memiliki nilai terendah 8,3%. Hal ini menunjukkan bahwa *website* Galeri Medika kurang bisa memberikan interaksi yang *website* yang mudah digunakan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari analisa dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Penilaian responden mengenai kualitas *website* Galeri Medika yang meliputi dimensi *usability* masuk dalam kategori “baik” dengan total skor kumulatif sebanyak 75%. Pada dimensi *information quality* masuk dalam kategori “baik” dengan total skor kumulatif sebanyak 81,7%. Pada

dimensi *service interaction* mendapat total skor 60% masuk dalam kategori “cukup” sedangkan pada dimensi *user satisfaction* mendapat persentase tertinggi yaitu sebanyak 90% atau sangat baik.

2. Dalam uji T (parsial) dimensi *webqual* 4.0 memiliki pengaruh secara signifikan ialah variabel *usability* dan *information quality*. Sedangkan pada variabel *service interaction* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna.
3. Dalam uji F (simultan) dimensi 4.0 memiliki pengaruh secara simultan atau bersama – sama terhadap kepuasan pelanggan.
4. Pengaruh paling besar terhadap kepuasan pengguna adalah *information quality* sebanyak 81,7%

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdullah, R. (2015:1). Web Programing is Easy. Jakarta: Elek Media Komputindo.
- [2] Barner, S. &. (2013). Measuring Website Quality Improvements: A Case Study Of the Forum Management Knowledge Exchange. Industrial Management & Data System.
- [3] Bakti, H. (2015:35). Mahir Membuat Website Dengan Adobe Dreamweaver CS6, CSS, Dan JQuery. Jakarta: Andi Publisher.
- [4] <https://dhawyscientist.wordpress.com/2015/01/28/metode-pengendalian-persediaan-eoqeconomically-order-quality/>. (n.d.).
- [5] Kotler, P. a. (2016). Marketing Managemen, 15th Edition. Pearson Education, Inc.
- [6] Lupiyoadi, R. (2014:217). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.
- [7] Monalisa. (2016). Analisis Kualitas Layanan Website Terhadap Kepuasan Mahasiswa. Jurnal Sains, Teknologi dan Industri, Vol. 13, No.2, Juni 2016, pp.181 - 189, 9.
- [8] Nasution, M. (2004:114). Manajemen Jasa Terpadu. Jakarta: PT. Ghalia Indonesia.
- [9] Nilasari, S. (2014:2). Jago Membuat Website Gratis & Cepat Secara Otodidak - Edisi Terbaru. Dunia komputer.

-
- [10] Satori D dan Komariyah, A. (2014:200). Metodologi penelitian kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- [11] Sugiyono. (2015:334). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.
- [12] Vidgen, S. B. (2001). WebQual: An Exploration of Website Quality. Bath: School Of Manajement, University of Bath.